vinetur

Le vendite di birra nei locali britannici sono calate del 2,8% a metà novembre

L’indicatore di NielsenIQ ha mostrato una flessione annua più contenuta rispetto al 6,2% della settimana precedente, segnalando un allentamento della pressione prima di Natale nei locali gestiti da gruppi organizzati

lunedì 23 novembre 2026



Nella settimana conclusasi il 14 novembre, le vendite di birra nei locali britannici sono rimaste inferiori ai livelli di un anno prima, ma il ritmo della flessione ha rallentato nettamente rispetto alla rilevazione precedente, secondo i dati pubblicati da NielsenIQ il 20 novembre.

Il Daily Drinks Tracker di NielsenIQ ha rilevato che, nel panel della Gran Bretagna, il valore delle vendite di birra è diminuito del 2,8% rispetto alla stessa settimana del 2025. Si tratta di un miglioramento rispetto al calo annuo del 6,2% registrato nella settimana conclusasi il 7 novembre.

Tra le due rilevazioni settimanali, il tasso di flessione annua è quindi migliorato di 3,4 punti percentuali. Questo non significa che le vendite di birra siano aumentate del 3,4% da una settimana all'altra. NielsenIQ non ha pubblicato i ricavi assoluti in sterline né i dati sui volumi, perciò non è possibile calcolare la variazione assoluta delle vendite tra le due settimane sulla base dei dati diffusi.

I dati riguardano le attività del settore dell'ospitalità gestite da gruppi organizzati e incluse nel panel di monitoraggio di NielsenIQ in Gran Bretagna. Costituiscono quindi un indicatore utile per una parte del mercato in vista del periodo degli scambi commerciali natalizi, ma non rappresentano tutti i locali britannici né descrivono l'intero mercato della birra.

L'indicatore misura il valore delle vendite, non la quantità di birra venduta. Poiché la nota non fornisce una ripartizione per prezzi, inflazione, mix di prodotti o tipologie di birra, i dati non mostrano se i consumatori abbiano acquistato più birra in termini di volume o abbiano semplicemente speso in modo diverso. Inoltre, non distinguono l'effetto dei prezzi indicati nei menu dalle variazioni della domanda dei clienti.

Nonostante il miglioramento, l'ultima rilevazione indica che i ricavi della birra nei locali monitorati erano ancora inferiori a quelli di un anno prima. Ciò suggerisce che le condizioni commerciali restavano più deboli rispetto alla settimana corrispondente del 2025, sebbene il divario si sia ridotto con l'avvicinarsi delle festività di fine anno, un periodo in cui pub, bar e ristoranti puntano solitamente a incrementare affluenza e spesa.

NielsenIQ ha descritto i dati come parte della propria attività continuativa di monitoraggio delle vendite. La nota non ha fornito un totale cumulativo comparabile per la birra, limitando così le conclusioni più ampie sull’andamento della categoria nel corso di un periodo autunnale più lungo.

Per gli operatori e i fornitori, il messaggio principale dell’aggiornamento del 20 novembre è che a metà mese la pressione sulle vendite di birra nella rete di locali monitorata sembra essersi attenuata, ma non abbastanza da riportare la categoria in crescita. Il mercato resta in territorio negativo e la copertura è parziale: i dati indicano quindi un calo più contenuto, non una piena inversione di tendenza.